

## Helpier Customer Digital Experience 4.0

### Resumo

O “Helpier Customer Digital Experience 4.0” visa otimizar a estratégia e os processos associados à transformação digital do negócio da empresa, com vista à melhoria da sua competitividade, qualificando a experiência digital do cliente, maximizando a atração, interação e conversão em vendas.

### Enquadramento do projeto na tipologia Implementação de processos associados ao comércio eletrónico

O presente projeto enquadra-se na tipologia de “implementação de processos associados ao comércio eletrónico”.

Com efeito, o projeto integra a aquisição de serviços de consultoria na área de conhecimento do comércio eletrónico, tendo em vista a realização de um diagnóstico e definição de uma estratégia /plano de ação conducente à transformação e otimização digital do negócio da empresa.

As atividades de diagnóstico incluem a análise do estado atual do “negócio digital”, da realização de benchmark de estratégias digitais desenvolvidas por empresas no mesmo setor de negócio, e a definição da estratégia para promover a digitalização do negócio da empresa.

Este trabalho considera uma análise do ecossistema digital do comércio eletrónico da empresa, visando a otimização da gestão de mercados, canais, produtos e clientes, com um ênfase decisivo na melhoria substancial da experiência do cliente e na forma de atrair a sua atenção, cativar os clientes para a interação com os canais digitais disponibilizados pela empresa, gerando maiores taxas de conversão em negócios.

O diagnóstico e a estratégia considerarão a otimização do negócio digital para todas as plataformas e suportes (fixos e móveis), com abordagem fundamental à análise do negócio e dos seus canais de comunicação, à análise dos segmentos de clientes e estratégias de angariação, à definição de estratégias de automação de marketing e de vendas e gestão dos sistemas e fluxos de informação, e o respetivo plano de ação /implementação.

Serão analisadas as plataformas imprescindíveis para o desenvolvimento do negócio, no conceito User-Centered Design (UX), tais como: Web Content Management (CMS); ferramentas de automação de marketing (MAP); Customer Relationship Management (CRM) e E-Commerce.

O plano de ação tratará as estratégias de Marketing de conteúdos para o relacionamento com o cliente, assim como a definição da estratégia de email marketing e quais serão as melhores redes sociais a ser trabalhadas no âmbito do projeto da empresa, incluindo recomendações para a otimização do negócio digital da empresa, com as medidas mais adequadas relativamente à presença em marketplaces eletrónicos; ao Search Engine Optimization (SEO) e Search Engine Advertising (SEA); ao Social Media Marketing; ao Content Marketing; ao Display Advertising; ao Mobile Marketing e à Web Analytics.

Pelo exposto conclui-se assim que o projeto se enquadra nas tipologias previstas nas alíneas a) a j) do ponto I. do n.º 2 do Aviso para Apresentação de Candidaturas, relativas aos processos associados ao comércio eletrónico.